

*Tento projekt sa realizuje vďaka podpore z Európskeho sociálneho fondu v rámci*

***Operačného programu Zamestnanosť a sociálna inklúzia.***

*Viac informácií nájdete na: [www.esf.gov.sk](http://www.esf.gov.sk) a [www.sia.gov.sk](http://www.sia.gov.sk).*

***„Priestor na Vašu príležitosť“.***

# Zložky predaja, príprava na obchodné rokovanie

Yvona Ragasová






# Predaj je ...

- ...dlhodobý systematický proces zisťovania a uspokojovania potrieb zákazníka pri zachovaní princípu výhra – výhra.



# Formy komunikácie

- Prehra - Prehra
- Prehra - Výhra
- Výhra - Prehra
- Výhra - Výhra
- Žiadna dohoda

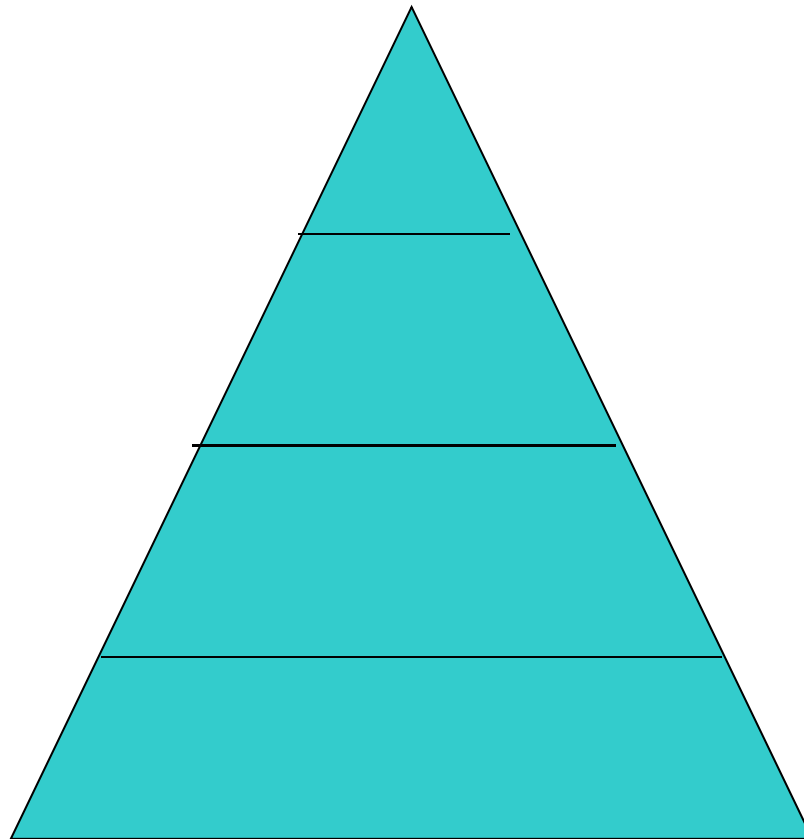


# Základné zložky predaja

- Potreba
- Kúpna sila
- Dôvera (ja, produkt, firma, značka)



# Dôvera...



Značka

Firma

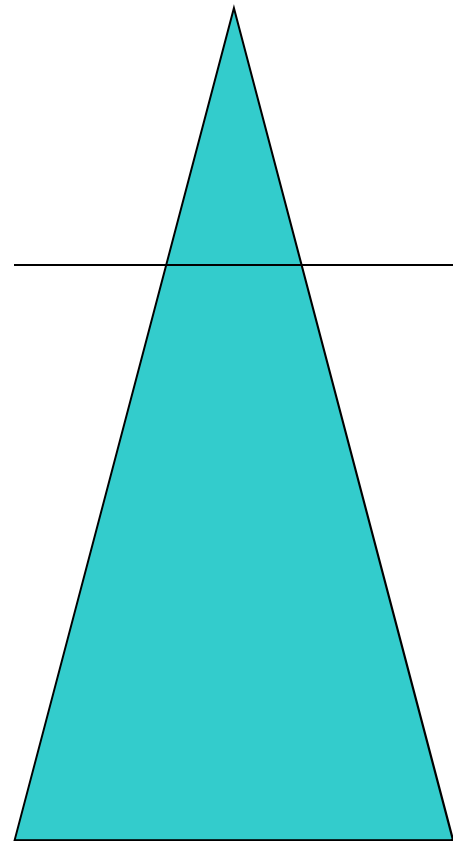
Produkt

Osoba



# Človek je ako ľadovec...

*Aké sú motívy za konkrétnou potrebou?*



Ratio (Čo?)

Emotio (Prečo?)



# Okamihy pravdy

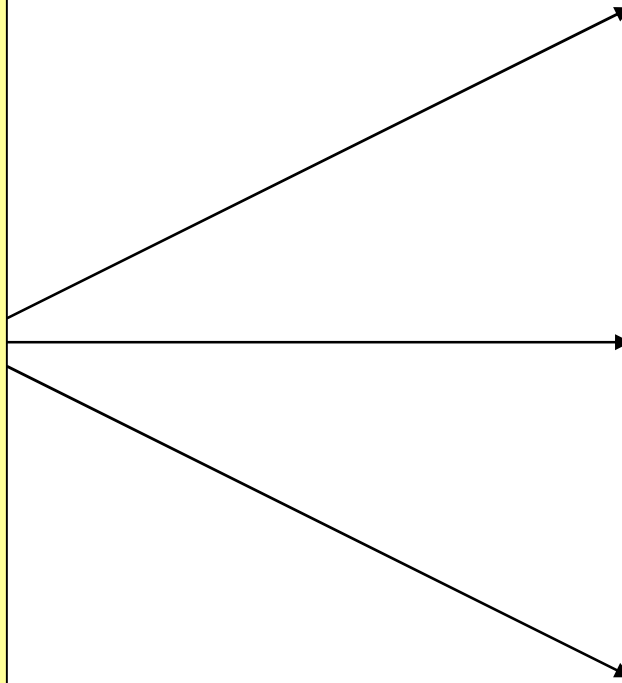
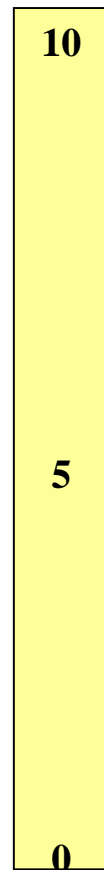
- Situácie, kedy si zákazník vytvára dojem a robí “malé rozhodnutia”
- Spokojnosť – Ak dostanete to, čo očakávate
- Sklamanie – Ak dostanete menej, než očakávate
- Nadšenie – Ak dostanete viac, než očakávate



# Prekonávanie očakávaní

Očakávanie

Realita



---

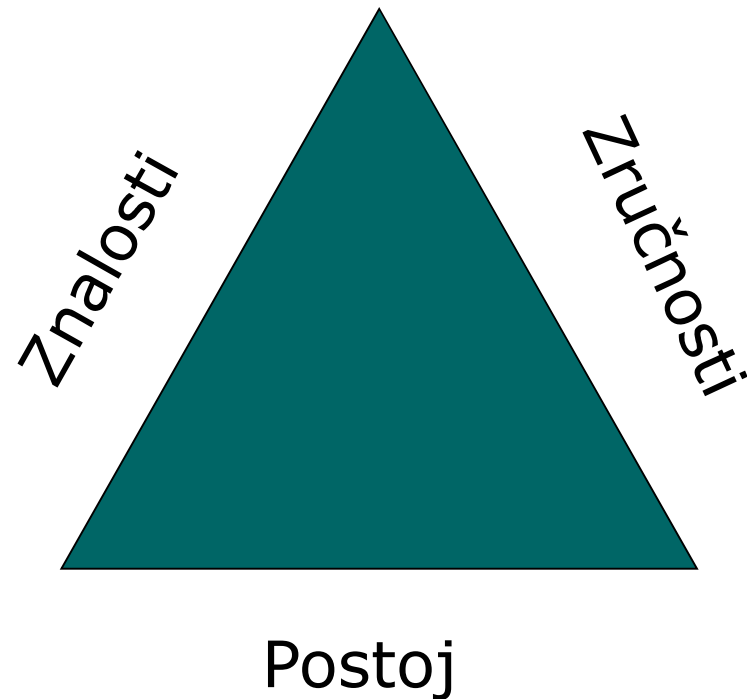
---

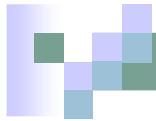
---





# Kompetenčný trojuholník





# Typológia predajcu

Štandardizované úkony

Originálne riešenia

Vysoká úroveň zákazníckeho prístupu

**Zdravotná sestra**

**Psychiater**

Nízka úroveň zákazníckeho prístupu

**Farmaceut**

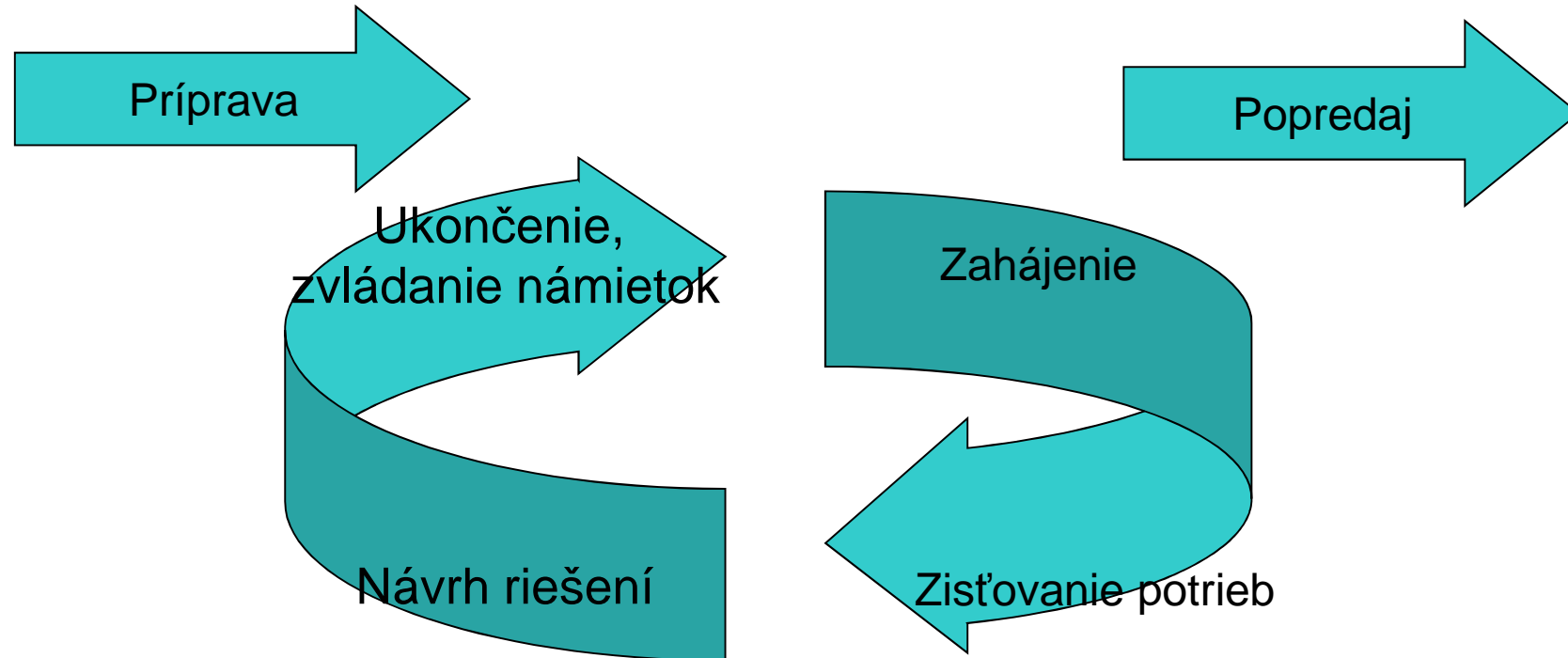
**Mozgový chirurg**

# Základné princípy efektívneho predaja

- Zameranie na situáciu Výhra - Výhra
- Vytváranie a získavanie dôvery
- Posilňovanie dôvery
- Identifikácia a porozumenie potrebám
- Podpora zákazníkovi (rešpektujem jeho rozhodnutie, snažím sa ho pochopiť)
- Prekonávanie očakávaní – nadšený zákazník



# Predajný proces a jeho fázy



- Neprechádzajte do ďalšej fázy, pokiaľ nie je predošlá uzavretá
- Nevynechávajte žiadnu fázu
- Uist'ujte sa, že ste vy aj zákazník v rovnakej fáze



# Fázy predajného procesu

- **Príprava**
- **Zahájenie**
- **Identifikácia, zisťovanie potrieb**
- **Prezentácia individuálneho produktu**
- **Zvládanie pripomienok a uzavretie**
- **Popredajné kroky**



# 1. Fáza: Príprava

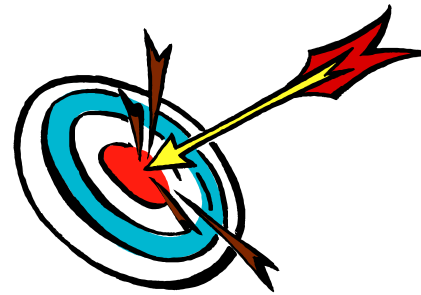


# Prínosy dobrej prípravy

- Prekonanie očakávaní
- Vytváranie a posilňovanie dôvery a vzťahu predajcu a zákazníka
- Lepšie identifikovať potreby
- Vytvárať situácie Výhra - Výhra
- Podpora zákazníka
- Lepšie zvládať zákazníkove pripomienky
- Podporiť vlastnú sebadôveru



# Príprava

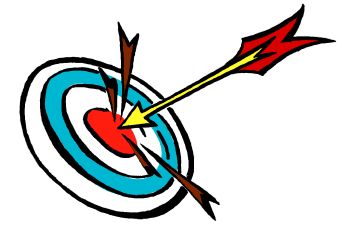


## Môj cieľ & Stratégia

Môj	Môjho zákazníka
■ Trh, konkurencia	■ Trh, Prostredie
■ Firma	■ Firma
■ Produkt / Služba	■ Produkt / Služba
■ Osoba	■ Osoba



# Príprava na rokovanie

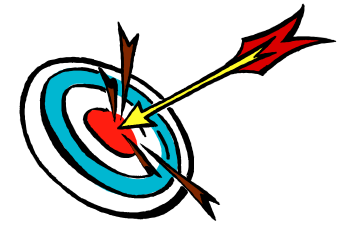


Vopred sa starostlivo pripravte na vyjednávanie, nie iba na obranu.

- Cieľ
- Limity vyjednávania
- Ústupky
- Analýza obchodného partnera
- Stratégia vyjednávania

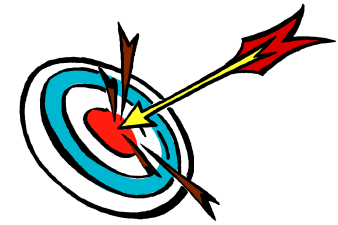


# Cieľ



- Stanovte si, čo chcete na rokovaní dosiahnuť. Urobte si zoznam BODOV a pripíšte ku každému svoje realistické očakávania v podobe CIEĽA.
- Potom pripíšte ku každému bodu minimálnu prijateľnú pozíciu. To bude to, čo **MUSÍTE DOSIAHNUŤ** alebo čomu sa **MUSÍTE VYHNÚŤ**.
- Potom zvážte, či je niektorý z uvedených bodov dôležitejší ako ostatné.
- Ak sú niektoré body menej dôležité, nemali by sa objaviť v kategórii **MUSÍM**. Tam by mali byť len tie body, ktoré ak nebudú dosiahnuté, budú znamenať neúspech rokovania.

# Limity vyjednávania



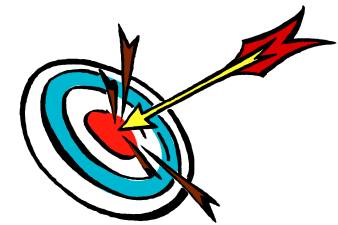
- SPODNÝ LIMIT - aká je najhoršia ponuka, ktorú ešte akceptujem?
- HORNÝ LIMIT - aký je horný limit môjho cieľa?

Predmet rokovania	Cieľ	Musím dosiahnuť/ Vyhnúť sa
SOF	60%	Vyhnúť sa: SOF menší ako 50%
POSM	Umiestniť 1 MLR LS	Vyhnúť sa: umiestneniu LS nad výklad



# Ústupky

- Aké ústupky môžete urobiť?  
Zoradte ich podľa dôležitosti. Začnite najmenej dôležitými:
  - 1.
  - 2.
  - 3.
- K vašim ústupkom priradte ústupky obchodného partnera, ktoré chcete získať:
  - 1.
  - 2.
  - 3
- Ústupky nedarujte, ale vymieňajte! Stále obchodujte!





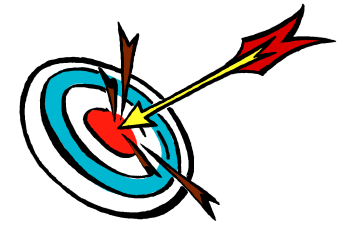
# Analýza obchodného partnera



Odpovedzte si na nasledovné otázky:

- Aký cieľ bude mať partner? (Jeho cieľ, jeho limity, jeho ústupky)
- V čom sa naše ciele prekrývajú?
- V čom sa naše ciele líšia?
- Nakoľko a čím je toto vyjednávanie pre partnera dôležité?
- Čo stratí, ak nebude dosiahnutá dohoda?
- Aký finančný význam má dohoda pre partnera?
- Akú má partner pozíciu na trhu?
- Aké som s ním mal ja a iní skúsenosti?
- Aké budú jeho možné námietky?
- Čo chce a ako veľmi to chce?
- Partnerove silné a slabé stránky

# Stratégia vyjednávania

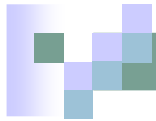


- Stanovte si jednoduchú a pružnú stratégiu:  
VÍŤAZ - VÍŤAZ



# SWOT analýza

<p><b>Strong</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>■ .....</li><li>■ .....</li><li>■ .....</li><li>■ .....</li></ul>	<p><b>Weak</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>■ .....</li><li>■ .....</li><li>■ .....</li><li>■ .....</li></ul>
<p><b>Opportunity</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>■ .....</li><li>■ .....</li><li>■ .....</li><li>■ .....</li></ul>	<p><b>Threat</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>■ .....</li><li>■ .....</li><li>■ .....</li><li>■ .....</li></ul>

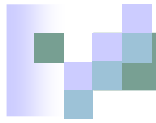


# Osoba

- Zákazník
- Predajca







# Typológia predajcu



Štandardizované úkony

Originálne riešenia

Vysoká úroveň zákazníckeho prístupu

**Zdravotná sestra**

**Psychiater**

Nízka úroveň zákazníckeho prístupu

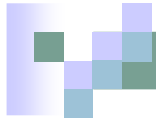
**Farmaceut**

**Mozgový chirurg**

# Štýly interakcie

EURÓPSKA ÚNIA





# Vnímanie



- Pohľad na svet cez vlastné okuliare
- Ak hovoríme o správaní iných, už sme ho:
  - 1. Pozorovali vlastnými očami
  - 2. Interpretovali podľa vlastných skúseností
  - 3. Reagujeme na neho svojím individuálnym spôsobom



# Vnímanie a empatia

„Empatia znamená vidieť  
očami druhého, počuť  
ušami druhého a cítiť  
jeho srdcom.“

Alfred Adler





# Typy osobností



**Carl Gustav Jung**  
1875-1961



# Koncept štýlov interakcie

- Štýl interakcie je predvídateľný vzor správania, ktorý môžu ostatní pozorovať a vzájomne sa na ňom zhodnúť ako na popise správania danej osoby.



# Správanie

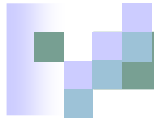
- Akcie alebo slová, ktoré môžu byť pozorované v interakcii s ostatnými.
- Nie sú to dôvody, motívy alebo pocity, z ktorých tieto akcie vychádzajú.



# Miera presadenia sa

- Indikuje, či ostatní vidia danú osobu skôr ako prikazujúcu alebo prosiacu
- Miera, s akou človek vyjadruje svoje názory s istotou, dôverou a silou
- Ako často daný jedinec preukázateľne prehlasuje alebo oznamuje a pokúša sa riadiť ostatných





# Rozsah emotívnosti

- Indikuje, do akej miery ostatní daného jedinca vidia ako osobu s kontrolovanými citmi alebo emotívnu
- Ako je pripravený reagovať v jednaní s ostatnými a dáva najavo svoje pocity, emócie a dojmy
- Zdieľa emócie a je pripravený vyjadriť svoj hnev, radosť alebo pocity urážky



# Popis štýlov interakcie

## Kontrolovaná

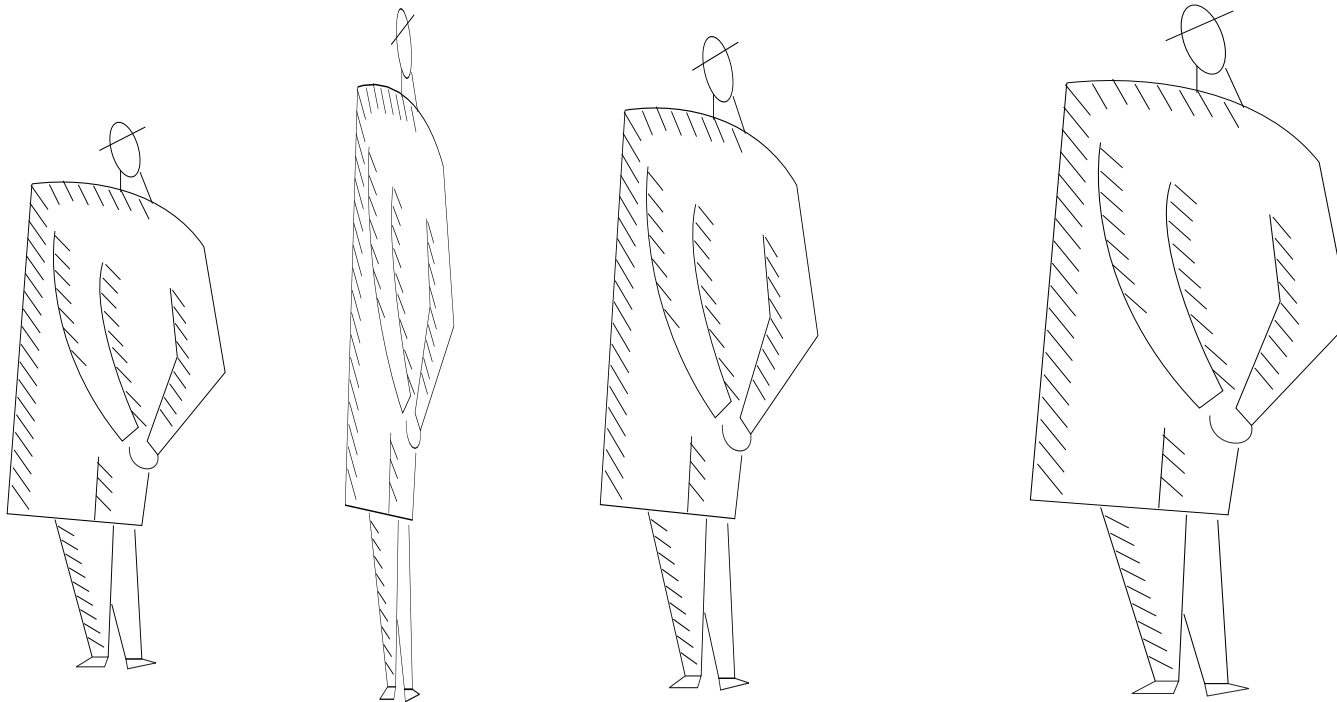


	Vecný	Analytický	Expresívny	Priateľský
Časový program	Účinný, efektívny	Presný, organizovaný	Flexibilný program	Podľa okolia
Tempo	Rýchle, kontrolované	Systematické, rozvážne	Rýchle, premenlivé	Pohodlné, rozvážne
Informácie	Konečné výsledky, dôkaz vašej spôsobilosti	Úplné, dokonalé, dôkaz odbor. znalosti	Veľký obraz, dôkaz prospechu od iných	Dopad na vzťahy, dôkaz dôvery
Vyžadovaná podpora	Plná zodpovednosť	Podpora zásad, racionálny prístup	Poskytnutie potvrdenia, pobádanie na prevzatie rizika	Podpora pocitov, investície do vzťahov
Reakcie pri strese	Autokratický, ovláda, hľadá logiku	Vyhýba sa, vycúvava, stráni sa	Útočí, pocity, emócie	Mlčky súhlasí, povoľuje, prenáša napätie na ľudí
Stratégie podpory	Držte sa svojho, žiadajte diskusiu	Povoľte napätie Počúvajte	Vcíťte sa, vyjasnite, riešte	Zdieľajte obavy, počúvajte



# Prispôsobenie štýlu

- Dočasné prispôsobenie správania daného človeka tak, aby bolo zvládané napätie a povzbudzovalo ostatných k produktívnejšiemu správaniu, keď s ním jednajú.



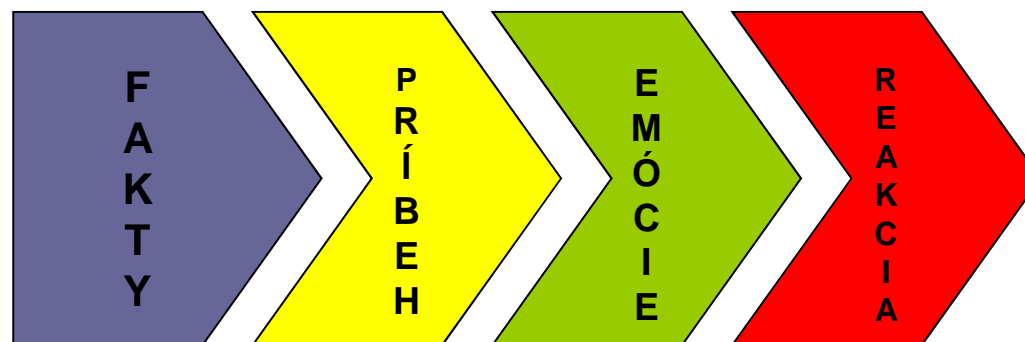
# Štyri kroky k prispôsobeniu

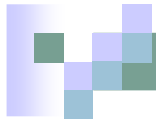
- Rozpoznajte štýl druhej osoby
- Pripravte si spôsob, akým sa prispôsobíte: obsah a formu (podanie)
- Prispôsobte sa a ved'te jednanie
- Vyhodnoťte, ako ste sa prispôsobili



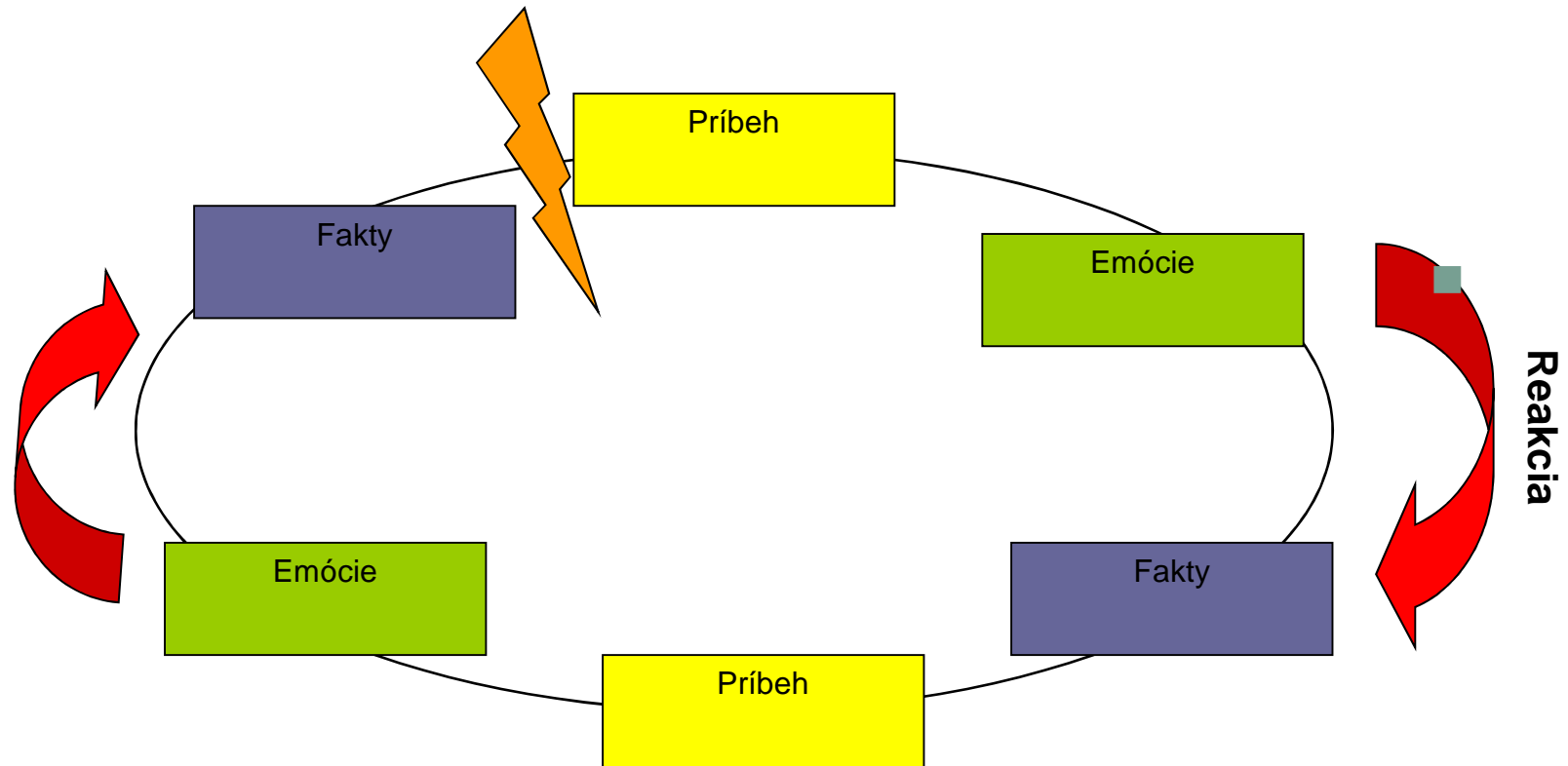


# Priebeh komunikácie





# Smrteľná špirála

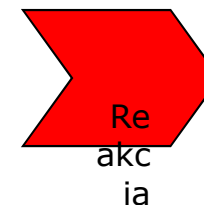
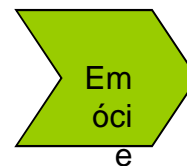
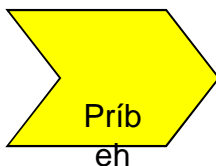


# Komunikačný model Schulza von Thuna

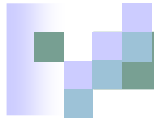


4 roviny odovzdávanej informácie:

1. vecný obsah – minul sa toner
2. výzva – treba kúpiť nový toner
3. vzťah – dôverujem ti, že vyberieš správny toner
4. sebaaprejav – hnevá ma, že nemáme toner







## Interpretujte a nájdite 4 úrovne v nasledovných výrokochoch

1. Rodič dieťaťu: „Zase si neumyl riad!“
2. Šéf podriadenému: „Zajtra je posledný deň na odovzdanie projektu.“
3. Partner partnerovi: „Vezmeš si ma?“
4. Policajt vodičovi: „Pán šofér, viete akou rýchlosťou ste šli?“
5. Zamestnanec majstrovi: „Minul sa nám materiál na výrobu.“
6. Manželka manželovi: „ak zistím, že si ma podviedol, rozvediem sa s tebou.“
7. Partner meškajúci na schôdzku posiela sms: „Zablúdil som.“
8. Kolega kolegovi: „Otvor okno, prosím ťa.“



# V ktorej rovine ste najviac vnímaví?



**Zaškrtnite ako je daná výpoveď mienená a potom ako na ňu adresát, podľa vás, odpovedal.**

**Zamestnanec hovorí svojmu nadriadenému: „táto práca sa mi nepáči“.**

- I tá práca ma nebaví
- V pretože ma nemáte rád, musím robiť takú prácu
- S chcem mať väčší vplyv na výber svojej práce, takto sa necítim dobre
- A dajte mi inú prácu

**Reakcia nadriadeného**

- I čo sa vám nepáči?
- V ja si tiež nemôžem svoju prácu vždy vybrať
- S prečo ste tak nespokojný? Necítite sa u nás dobre?
- A nestavajte sa ku tomu takto. Inú prácu pre vás nemám...

**Šéf hovorí počas prijímacieho pohovoru uchádzačovi: „Spolahlivosť má pre mňa zásadný význam.“**

- I spolahlivosť je veľmi dôležitá
- V iste chápete moje zásady
- S hnevá ma nespolahlivosť druhých, lebo ja sám som veľmi spolahlivý
- A pokiaľ nie ste spolahlivý, nemáte tu žiadnu šancu

**Reakcia uchádzača**

- I čo rozumiete pod spolahlivosťou?
- V potom vás určite hnevá každá odfláknutá práca, že?
- S pre mňa je spolahlivosť tiež veľmi dôležitá
- A môžete počítať s tým, že som veľmi spolahlivý

# V ktorej rovine ste najviac vnímaví?



**Nadriadený podriadenému:** „Zdá sa, že vaše výpočty nie sú v poriadku.“

- I výpočty sú chybné
- V pomýlili ste sa
- S nesúhlasím s výpočtami. To by sa mne stať nemohlo
- A ešte raz výpočty skontrolujte

**Reakcia podriadeného**

- I čo je na nich zlé?
- V preto ste tu šéf
- S ja som predsa všetko kontroloval. Ako sa mi to len mohlo stať
- A hneď všetko prekontrolujem

**Šéf sa pýta asistentky:** „Kde sú informácie k prípadu?“

- I povedzte mi, kde sú tie informácie
- V určite viete kde sú. V tom sa na vás môžem spoľahnúť
- S neviem kde sú
- A nájdite mi tie informácie

**Reakcia asistentky**

- I informácie nájdete v druhej polici dole
- V vy ste si ich predsa dal stranou. Už sa nepamätáte?
- S prečo sa stále pýtate mňa? Ja sa o tieto veci nestarám
- A nabudúce buďte poriadnejší

# V ktorej rovine ste najviac vnímaví?



*Zamestnanec hovorí šéfovi o kolegyni:*

- „Pani Smutná prišla už zase neskoro.“*
- I *pani Smutná prišla neskoro*
  - V *pani Smutnej necháte niečo takého prejsť?*
  - S *ja chodím presne*
  - A *povedzte jej k tomu niečo, takto to predsa d'alej nejde!*

*Reakcia šéfa*

- I *to už viem*
- V *vy ste teda dobrý! Takto ohovárať kolegov!*
- S *vy ste ešte nikdy neskoro neprišiel?*
- A *riešenie tejto veci nechajte na mňa*

# V ktorej rovine ste najviac vnímaví?

- Vyhodnotenie: spočítajte, ktorých písmen máte najviac v oboch častiach.

■ I = informácie (vecný obsah)

■ V = vzťah

■ S = sebaaprejav

■ A = výzva (apel)



- Rovina, kde ste získali najviac bodov (písmen) je rovine, na ktorú ste v komunikácii najviac citliví. V danej rovine najlepšie počujete a rozprávate.



# Prekážky v komunikácii

- Neexistuje ideálna komunikácia
- V každej komunikácii je skreslenie
- Komunikáciu je možné zlepšiť, naučiť sa
- Prekážky je možné odstrániť



# Prekážky v komunikácii

- fyzikálne (telefón, hluk, vyrušovanie inej osoby)
- psychologické (predsudky, podráždenosť,...)
- jazykové (dialekt, rýchle tempo, používanie výrazov, ktorým partner nerozumie)